VISIT…

LANZAROTE Caliente.COM

AFACERI, MICI AFACERI, ANTREPRENORIAT, FRANCIZE

1. Ce este o afacere?

Exista mai multe moduri de a defini o afacere:

- ✓ O afacere este o organizatie care foloseste resurse economice pentru a crea bunuri si servicii pe care consumatorii le vor cumpara.
- ✓ O afacere este o organizatie care asigura job-uri.
- ✓ O afacere investeste bani in resurse in scopul de a face mai multi bani pentru proprietari.

2. Tipuri de afaceri

Exista trei tipuri de afaceri:

- ✓ Proprietar singur (sole proprietorship)
- ✓ Parteneriat (partnership)
- ✓ Corporatii

ENTITATE	Nr. de angajati	Cifra de afacri (euro/an)
Micro intreprinderi	1-9	<100.000
Mici intreprinderi	10-49	<5.000.000
Intreprinderi medii	50-249	5.000.000-8.000.000
Corporatii	>250	>8.000.000

Clasificare afacere

- ✓ Entitati industriale**:** **General Motors, Boeing, Nike, Coca-Cola, Sony**
- ✓ Entitati comerciale**:** **Wall Mart, Toys R Us, Amazon.com**
- ✓ Entitati de servicii**:** **Delta Air Lines, Marriot Hotels, Orange**

3. Mici afaceri (Small business)

Small Business Administration (SBA) o agentie federala guvernamentala din Statele Unite ale Americii creata pentru a asista, consilia si proteja interesele afacerilor mici, defineste o **afacere mica** ca fiind "acea afacere care este independent detinuta si care actioneaza in vederea obtinerii profitului, nefiind dominanta in sectorul ei de activitate".

Caracteristicile unei mici afaceri:

- Independenta – ca proprietate si conducere
- Nu sunt dominante in domeniu
- Cifre de afaceri mici
- Mai putin de 5 angajati

In S.U.A. 80% dintre astfel de firme au anul vanzari < 1 milion de $, angajeaza ~ 60% muncitori si au < de 5 angajati.

In Romania, conform Legii nr.133/1999, s-a realizat o aliniere a legislatiei la cea a Uniunii Europene, astfel ca intreprinderile mici si mijlocii pot fi incadrate astfel:

	UNIUNEA EUROPEANA			***ROMANIA***	
	Nr. Maxim de angajati	Cifra neta de afaceri (mil.Euro)	Total bilantier (mil. Euro)	Numar de angajati	Cifra neta de afaceri (mil.Euro)
Intreprinderi mijlocii	250	40	27	50-249	Max.8
Intreprinderi mici	50	7	5	10-49	Max.8
Microintreprinderi	10	-	-	1-9	Max.8

3.1.Rolul economic al micilor afaceri

- Creaza noi locuri de munca
- Introduce noi produse pe piata
- Servesc marile corporatii
- Angajate in specializari

- Micile afaceri genereaza intre 67 si 75% noi locuri de munca.
- In S.U.A., micile afaceri produc 55% din produsele innovate.
- Completeaza nevoile marilor companii: ofera noi calificari ale fortei de munca, pot face distributie sau service.
- Sunt preocupate de specializari foarte inguste: *expl., Genius Babies.com, compania Michelle Donahue-Arpas, care vinde ca "produs specializat" cosuri pentru cadouri parintilor noilor-nascuti.*

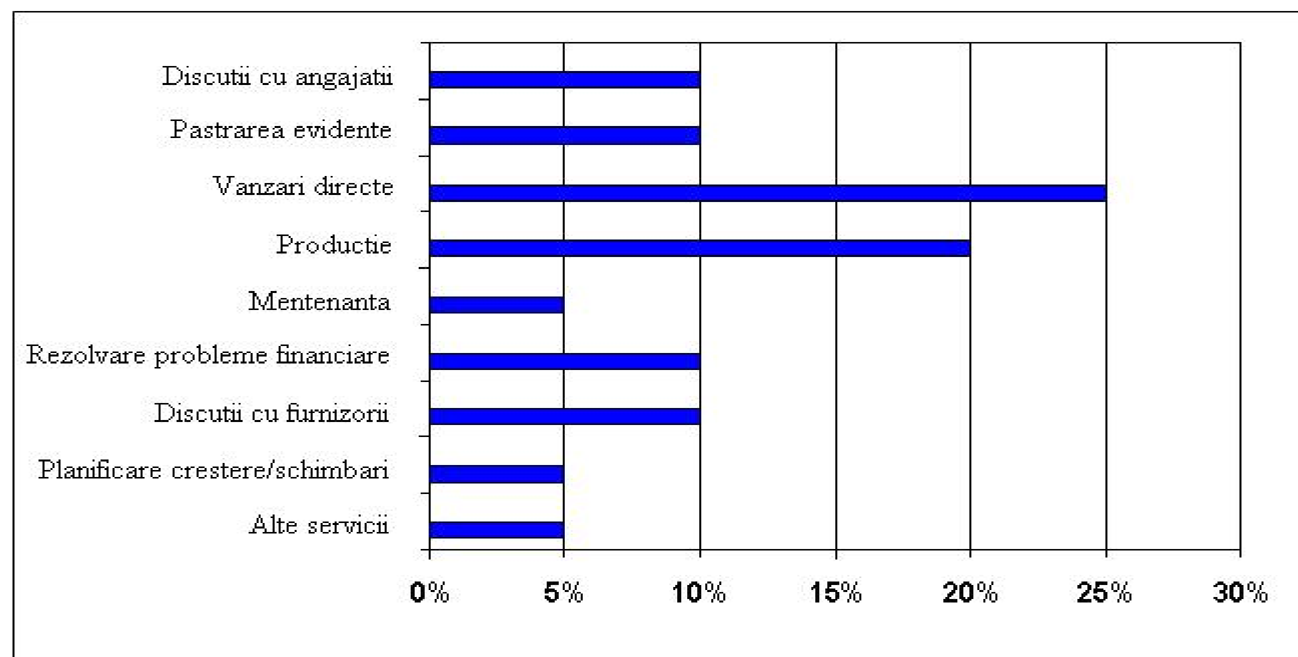
3.2 Tipuri de mici afaceri

Micile afaceri sunt de 2 tipuri: afacere de tip **"lifestyle**" si afacere cu risc mai mare "**high-growth venture**".

Lifestyle	**High-growth (H.G.V.)**
✓ Create de individuali	✓ Create de echipe
✓ Produse si servicii limitate	✓ Produse si servicii multiple
✓ Resurse limitate	✓ Capital investit
✓ Piata limitata	✓ Piata ampla

80-90% sunt afaceri modeste, cu potential mic de crestere*: expl. consultantul lucrand part-time la biroul sau de acasa, floristul din colt, baiatul care livreaza pizza.* Afacerile numite “**lifestyle**”, sunt firme construite pentru satisfacerea nevoilor personale si financiare proprii sau ale familiei. Nu se vor dezvolta niciodata in mari afaceri.
In contrast cu lifestyle business multe firme sunt firme mici pentru ca sunt noi. Multe din marile companii au inceput ca mici firme antreprenoriale dar au schimbat repede acest statut: *expl. Microsoft.*
H.G.V. sunt create de regula de catre o echipa si au posibilitatea unei rapide cresteri datorita investitiei de capital si datorita crearii de noi produse si servicii ce patrund pe o piata mai larga.
Sa treci de la o mica afacere la una mare nu este obligatoriu.
Micile afaceri au o gama redusa de produse sau servicii, se focuseaza pe un grup restrans de clienti, raman in contact strans cu piata, lucreaza cu resurse limitate si tind sa devina cat mai inovante.

3.3 Cum isi petrec antreprenorii timpul



3.4 Trasaturile antreprenorilor

Trasaturi commune:

- ✓ Disciplinati
- ✓ Isi controleaza destinul
- ✓ Isi asculta intuitia
- ✓ Relationeaza bine cu ceilalti
- ✓ Sunt dornici de a invata tot ceea ce este necesar pentru a-si atinge scopul
- ✓ Sunt in pas cu schimbarile de pe piata
- ✓ Exploreaza noi oportunitati
- ✓ Sunt condusi de ambitie
- ✓ Prefera riscul securitatii
- ✓ Gandesc pozitiv
- ✓ Rareori urmeaza tendintele

3.5 Orientarea afacerii

Cvasi-totalitatea antreprenorilor se confrunta cu acelasi regret: faptul ca nu si-au testat suficient ideea inainte de demararea afacerii, ca nu au analizat in profunzime sectorul de activitate in care s-au angajat, ca nu si-au intrebari de genul: "*care sunt factorii cheie ai sectorului in care m-am angajat*?, "*ce i-ar indemna pe clienti sa se orienteze catre mine*?"

Sunt cateva reguli ce ar trebui respectate pentru a reusi:

1. Sa se evite sectoarele ce necesita multe resurse: toti antreprenorii au in comun faptul ca nu dispun de resurse financiare, umane, le lipseste informatia, experienta. Au insa si un atu: supletea conferita de marimea mica a afacerii, suplete ce ii permite sa decida si sa reactioneze cu rapiditate.

2. *Sa-si stabileasca obiectivele in raport cu sine si nu cu altii*: comparatia cu Popescu, Ionescu privind cifra de afaceri, imaginea, resursele, este cel putin daunatoare.

3. *Sa accepte demararea cu pasi marunti*;

4. *Asocierea cu un partener*: numai atunci cand capitalul personal si imprumuturile nu ii permit creatorului sa-si lanseze propria afacere;

5. *Sa-si mentina spiritual treaz*: vivacitatea intelectuala se intretine si se dezvolta prin reflecsii cotidiene.

Ideea de afacere apare in urma unor observatii directe asupra:

- ➢ cerintelor pietei de produse si servicii,
- ➢ pe baza unor studii prealabile privind evolutia viitoare a tehnologiilor de fabricatie,
- ➢ pe baza unor informatii legate de nevoile, natura si importanta viitoarei clientele.

Piata, *este un sistem de schimb comercial sau financiar*.

Pentru ca schimbul sa se realizeze trebuie indeplinite anumite conditii:

- sa existe persoane sau organizatii care manifesta nevoi sau dorinte solvabile: **cei ce cer**
- sa existe persoane sau organizatii care propun produse sau servicii adaptate nevoilor sau dorintelor clientelei: **cei ce ofera**
- sa se respecte reguli de **loc** si **timp: loc** de punere la dispozitie a produselor sau serviciilor, loc de informare, de comunicare, de promovare, dar si momente propice schimbului de produse, servicii sau informatii: ore, zile, perioade sau anotimpuri din an cand clientela este gata sa accepte un produs sau un serviciu nou
- elementele de influenta exterioara sa permita functionarea si dezvoltarea: *expl., cresterea $ influenteaza functionarea pietei de automobile prin consecintele asupra pretului benzinei.*

3.6 Factorii care contribuie la cresterea micilor afaceri

- ✓ Tehnologia si internetul
- ✓ Femeile si minoritatile
- ✓ Micsorarea marimii corporatiilor

PC-ul, lap-topul, faxul, copiatoarele, robotii electronici, e-mailul si internet-ul fac mai usoara si mai accesibila inceperea si operarea unei mici afaceri.

Tehnologia si internetul fac deasemenea posibila conducerea afacerii de acasa. Contabilii, avocatii, consultantii pot folosi tehnologia si isi pot infiinta birouri acasa: expl. in S.U.A., conform Small Business Administration, 53% din micile afaceri isi au sediul acasa.

Cresterea numarului minoritatilor si a femeilor antreprenor fac de asemenea ca micile afaceri sa creasca: *expl. Small Business Administration arata ca U.S.A., intre anii 1987-1997, rata afacerilor minoritatilor a crescut de 3 ori, astazi reprezentand 18,6% din totalul micilor afaceri, iar afacerile conduse de femei au crescut de la 5% la 39% in ultimii 30 an. In Romania, in ultimii 10 ani, 36% dintre firme sunt conduse de femei in timp ce in U.E. 26%.*

Mai mult de jumatate dintre afacerile conduse de femei au inceput, fie de la o idée antreprenoriala, fie pentru ca acestea au dorit sa avanseze in cariera.

4. Crearea unei mici afaceri

- **Afacere noua**
- **Afacere existenta**
- **Franciza**

Nu conteaza cat de repede inveti sau cat de mult ai investigat ca sa constati ca schimbarile care apar in “viata” unei afaceri sunt mai mari decat ai anticipat. Daca decizi sa-ti asumi riscul se poate incepe o afacere in 3 moduri, asa dupa cum a fost mentionat:

➢ Afacere noua

Avantaje	Dezavantaje
✓ Iti controlezi destinul ✓ Iti atingi potentialul ✓ Profituri nelimitate ✓ Faci ceea ce iti place ✓ Ai consideratie	✓ Venituri nesigure ✓ Risc de a pierde investitia ✓ Ore lungi si multa munca ✓ Responsabilitate completa ✓ Nivel ridicat de stress

➢ Cumpararea unei afaceri existente

Avantaje	Dezavantaje
✓ O baza de consumatori ✓ Sisteme de business ✓ Productie sau service ✓ Locatie ✓ finantare	✓ instrainare consumatori ✓ afacere demodata ✓ locatia ✓ discordie intre personalitati ✓ datorii restante

Cumpararea unei afaceri reduce riscul, daca inainte s-a facut o verificare a companiei.
Cand se cumpara o afacere se preia o parte a consumatorilor de baza, un sistem de business functionabil, un produs sau un serviciu verificat, o locatie cunoscuta. Nu se mai parcurge aceea perioada de construire a reputatiei, stabilirii unei clientele, gasirii de furnizori, training pentru angajati. In plus finantarea unei afaceri care exista este mai simpla decat finantarea unei noi afaceri.
Actiunea nu este lipsita de risc – afacerea poate fi supraevaluata, echipamentele pot fi invechite, locatia poate fi nesatisfacatoare, vechiul proprietar poate sa fi creat o stare de antipatie in randul angajatilor, astfel ca personalitatea noului antreprenor poate claca in fata acestora si a vechilor manageri, iar vechile facturi de la clienti pot fi dificil de incasat.

➢ Franciza

Avantaje	Dezavantaje
✓ Afacere viabila ✓ Nume recunoscut ✓ Sustinere de grup ✓ Marketing si publicitate	✓ Nu exista garantii de success ✓ Scump sa o obtii ✓ Redevente lunare mari ✓ Independenta limitata

O alternativa la cumpararea unei afaceri existente este cumpararea unei francize, posibilitate ce ii ofera cumparatorului uzajul numelui unei companii si vanzarea produselor si serviciilor pe un anumit teritoriu.

In schimbul acestor drepturi, *francizatul* (proprietarul viitoarei mici afaceri) plateste *francizorului* o suma initiala de bani, ce poate varia intre 1000$ si 10 mil.$ si o redeventa lunara (royalties).

Exista 3 tipuri de francize:

- Franciza de produse: iti confera dreptul sa vinzi produse de marca de la francizori: *expl. vanzatorii de masini, statiile de benzina*
- Franciza manufacturiera: iti confera dreptul sa produci si sa distribui produse manufacturate folosind furnizorii francizorului: *expl. fabrica de imbuteliere soft-drink*
- Franciza de tipul "format-business": iti confera dreptul sa deschizi o afacere folosind numele si formatul francizorului.

4.1 Pro si contra franciza

Cand investesti intr-o franciza sti ca este o afacere viabila, care a lucrat multi ani inainte. Daca franciza este bine definita vei adauga beneficii unui nume cunoscut, programe de publicitate nationale (advertising), standarde de calitate unor bunuri si servicii, si o formula dovedita de succes.

In plus, la acest program gandit pentru a avea success, franciza ofera si alte servicii, in schimbul unei mici investitii initiale*: studii pentru locatie, studii de piata, training, o retea suport, asistenta tehnica, asistenta privind constructia sau leasing-ul pentru un sediu, decorarea, furnizori, maniera de operare a afacerii, uneori asistenta financiara*.

Desi franciza ofera multe avantaje nu este "vehiculul" ideal pentru oricine – posesia unei francize nu este o garantie de avutie. Este relativ usor sa intri in afacere dar nu toate francizele sunt profitabile.

4.2 Cum se evalueaza o franciza

- Ce acopera taxa initiala a fransizei?
- Cum se calculeaza redeventele periodice si cum se platesc?
- Sunt marcile protejate legal?
- Cine plateste pentru publicitate si promovare?
- Cine selecteaza locatia afacerii?
- Este franciza repartizata pe un teritoriu exclusiv?
- Cum se poate incheia contractul de franciza?
- Poate fi lasata mostenitorilor?

Exista oameni care constata cu intarziere ca franciza nu este cea mai buna afacere pentru ei. Fac greseala comuna multor francizati, cumpara fara sa inteleaga cum decurge o afacere de zi cu zi.

Unul dintre cele mai bune moduri de a evalua un prospectiv francizor, este sa vorbesti cu alti francizati, pentru a afla ce gandesc si ei despre aceasta oportunitate. Piata, saturatia ei, este un alt considerent importanr pentru evaluare.

4.3 Francize in Romania

In Romania exista 25 de francize internationale dintre care 12 sunt retaileri de haine: **Springfield, Women's Secret, Esprit, Rinascimento, Tiffosi, MissSixty, BSB, Nara Camicie, Calliope, W, Caribu, Premaman.**

- piata francizelor: 1,1 miliarde euro in 2005
- 30% crestere anuala pana in 2010
- 5-6 branduri noi vor intra pe piata anual
- 500.000 euro, investitia initiala pentru o franciza de top
- 3.000 euro/mp pentru amenajarea locatiei pentru o franciza de top

5. De ce esueaza noile afaceri

• Management defectuos	• Diminuare clienti
• Lipsa de experienta in domeniu	• Crestere necontrolata
• Finante inadecvate	• Locatie inadecvata
• Planning al afacerii necorespunzator	• Sistem de control minimal
• Obiective de neatins	• Lipsa abilitatilor antreprenoriale

6. Surse private de finantarea afacerilor

- ✓ Prieteni si familie
- ✓ Cardul de credit
- ✓ Entitati financiare
- ✓ Creditori comerciali
- ✓ Investitori “inger”
- ✓

O sursa buna de finantare pentru o afacere mica este o mare corporatie: *expl. companii ca CocaCola, Proctor&Gamble, finanteaza firmele tinere in schimbul unor drepturi exclusive pentru produse viitoare sau in schimbul unor actiuni.*

Banca constituie o alta importanta sursa de finantare, dar pentru un debutant in afacere este mai dificil.

Fondurile de investitii sunt interesate de regula de firme care au o crestere mare si rapida, si care au mare nevoie de capital.

Investitorii “inger” sunt aceia catre care finanteaza cu propriile fonduri in schimbul unui mare profit.

In S.U.A. 1/3 din micile afaceri folosesc ca sursa de finantare credit cardul.

7. Importanta unui Business Plan

Business Plan-ul *reprezinta principala sursa de informare si analiza a antreprenorului in drumul pe care il parcurge pentru crearea propriei afaceri, elemental de baza in fundamentarea deciziei de a investi.*

- ✓ Ghideaza operatiile companiei: ajuta la stabilirea celui mai scurt parcurs, a celui mai ieftin, a celui mai eficient.
- ✓ Schiteaza strategia

Cand se demareaza o afacere, primul pas ce trebuie facut este crearea unui **business plan.**

Business planul reprezinta un document scris care:

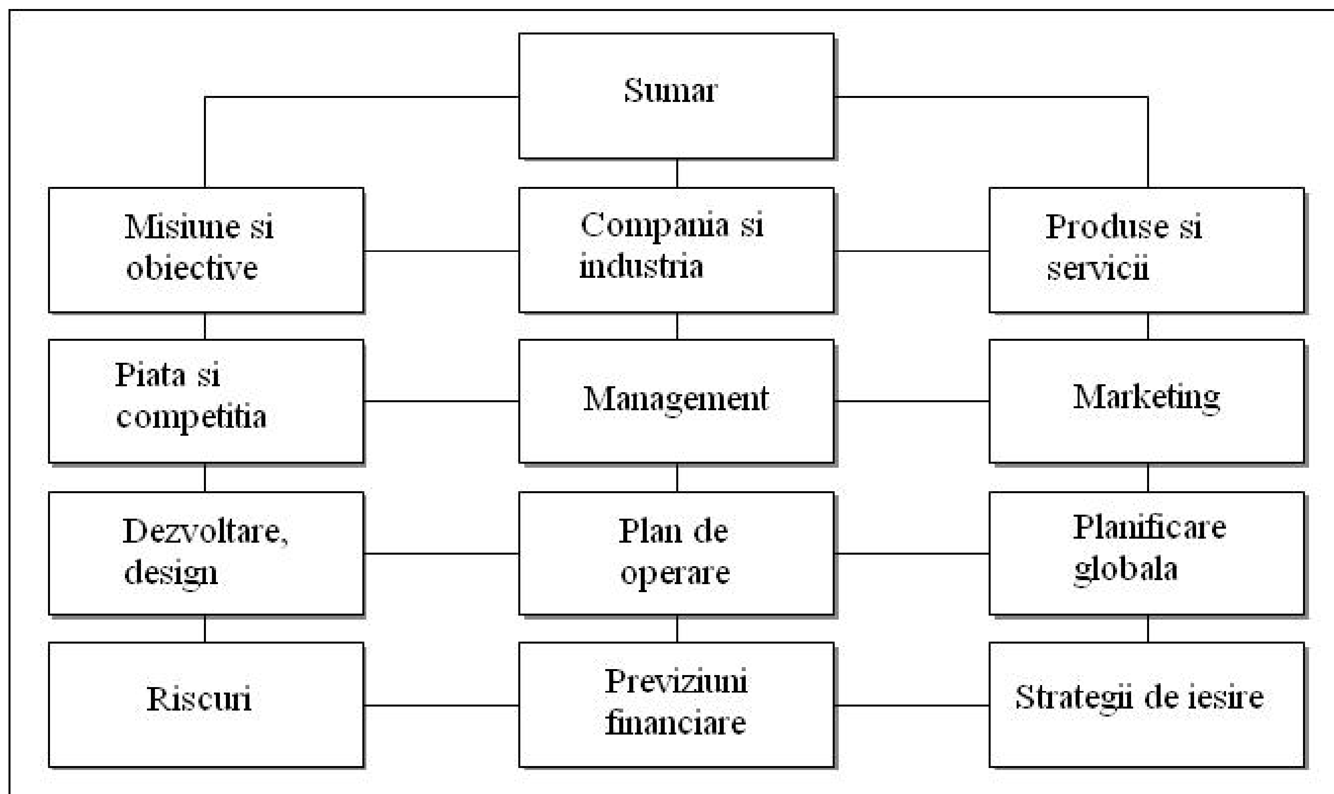
- sumarizeaza afacerea antreprenorului,
- mentioneaza obiectivele,
- arata cum prin management se vor atinge obiective,
- expliciteaza strategiile si oportunitatile de marketing,
- arata cum vor beneficia clienti de produsele si serviciile companiei.

Business planul are 2 functii importante**:**

- ghideaza operatiunile companiei si traseaza liniile unei strategii pentru a transforma ideea in realitate. Intocmind un plan ai posibilitatea sa intelegi mai bine sectorul economic in care planuiesti sa concurezi si iti supui ideile unui test al realitatii. Te obliga sa iei importante decizii legate de personal, marketing, furnizori si distribuitori, sis a dezvolti un program pe care il vei urma;
- serveste pentru atragerea investitorilor si creditorilor.

Daca nu ai un **business plan**, multi dintre investitori nu iti acorda nici un interviu: *el reprezinta dovada scrisa ca antreprenorul a facut cercetari si a studiat cele mai adecvate oportunitati pentru afacere.Demonstreaza ca antreprenorul a considerat atat aspectele negative cat si cele positive ale viitoarei afaceri, dar si faptul ca afacerea nu va merge.*

Business plan - Alcatuire



Sumar: se sumarizeaza conceptual de business. Se descrie produsul sau serviciul si piata potentiala. Se mentioneaza aspecte mai importante despre companie, proprietari si ceea ce o distinge de competitie.

Misiune. Obiective: se dau explicatii legate de scopul afacerii si ce se spera a se obtine.

Compania. Industria: se ofera informatii despre structura viitoarei firme si despre caracteristicile industriei.

Produse. Servicii: descriere completa si concisa a produsului si serviciului oferit, cu focusarea atributelor unice.

Piata. Competitia: furnizarea de date are il vor convinge pe investitor ca ti-ai atins tinta de piata si ti-ai indeplinit scopul. Identificarea punctelor forte si slabe ale competitorilor si mentionarea beneficiilor produsului sau serviciului oferit.

Management: precizarea calificarilor si competentelor directorilor si personalului de management din viitoarea firma.

Marketing. Strategie: contine previziuni ale vanzarilor si ale cotei de piata, si o strategie de identificare si contractare clienti, preturi, furnizare de servicii clientilor, publicitate.

Plan de design si dezvoltare: daca produsul necesita design sau dezvoltare, se va descrie ceea ce trebuie facut, inclusiv cost si posibile probleme.

Plan de operare: furnizeaza informatii despre posibilitati, echipamnete si munca de care este nevoie.

Planificare globala: previziuni legate de dezvoltarea companiei in termini legati de aspectele majore.

Riscuri: se identifica toate aspectele negative si se discuta cu onestitate.

Previziuni financiare: include un buget detaliat pentru inceput, ca si o proiectie a veniturilor, cheltuielilor si cash-flow pentru primii 3 ani ai afacerii. Identifica nevoile financiare ale companiei si potentialele surse.

Strategii de iesire: explica cum investitorii pot iesi din afacere sau pot sa-si vanda investitia - *prin oferta publica, vanzare companie*, *sau rascumpararea intereselor investitorilor*.

Dupa ce s-au parcurs toate aceste etape, trebuie retinut ca audienta doreste ca totul sa fie scurt, cu informatii concise si cu o prospectie realista de crestere.